亲社会支出对主观幸福感的影响及其作用机制*

崔馨月[1] 李斌[1,2] 贺汝婉[1] 张淑颖[1] 雷励[1]

（[1]暨南大学管理学院; [2]暨南大学企业发展研究所，广州, 510632）

摘 要 亲社会支出是指把钱以送礼或慈善捐款的形式花在别人身上，而不是自己身上。它不仅可以给接受者带来好处，还可以对给予者的幸福产生积极影响。亲社会支出对幸福感的影响主要体现在亲社会对象及影响效果两个方面，其边界条件包括了外部与内部因素。通过自我决定理论、社会规范理论、进化理论及社会交换理论，可以进一步解释亲社会支出影响主观幸福感的内在机制。未来研究需要检验亲社会支出与幸福感之间的边界条件、探究亲社会支出的长期积极效应及提高亲社会支出研究的生态效度。

关键词 亲社会支出，主观幸福感，自我决定理论，社会规范理论，进化理论

1 引言

亲社会支出（prosocial spending）是当前社会中普遍存在的现象，把钱花在别人身上对社区和整个社会都有重要意义，它不仅可以促进邻里之间的信任纽带，还有助于维持教育、卫生、环境保护和救灾服务等，以建立更强大和谐的社会（Van Der Slik, 2007）。例如，自新冠肺炎爆发以来，全国各地都志愿发起募捐活动，截至 2020 年 5 月 5 日，湖北省红十字会已经接收定向捐款 192128.04 万元。虽然捐赠金额不同，但网上调查显示，许多网民都进行了捐赠，他们不仅仅捐赠金钱，还自发在网上购买防护服、口罩以及护目镜等并且定向捐赠到具体医院。在全国各地的支援帮助下，疫情得到有效控制，病人逐渐痊愈。显然，亲社会行为首先能够直接给接受者带来好处。但随着积极心理学对如何提高幸福感这一话题的深入研究，许多研究者提出，亲社会也能给帮助者本身带来幸福（Diener & Seligman, 2004; Kuykendall et al., 2015）。

亲社会支出的概念是作为亲社会行为的一种特定形式而引入的，它是指把钱以送礼或慈善捐款的形式花在别人身上，而不是自己身上（Dunn et al., 2008）。亲社会支出作为亲社会

---

* 国家自然科学基金项目(71601084); 广东省普通高校人文社会科学重点研究基地暨南大学企业发展研究所粤港澳大湾区企业转型发展研究重点项目(2019GBAZD01)及创新培育项目(2020CP04)；广州市哲学社会科学发展“十三五”规划 2019 年度课题(2019GZGJ29)。
收稿日期：2020-08-11
通信作者：李斌, E-mail: bingoli@jnu.edu.cn

行为中的一类，具有其独特性。首先，随着网络平台的发展，募捐、众筹等亲社会支出活动越来越多，“人人公益、随手公益、指尖公益” 如今已经成为人们进行亲社会行为的潮流；其次，与救助、帮助、照顾、遵守规则等其他需要花费大量时间的亲社会行为类型相比，亲社会支出几乎不需要付出时间资源。研究表明，照顾等需要花费个人时间的亲社会行为，往往伴随更大的压力以及较低的心理、身体健康水平（Kiecolt-Glaser et al., 2003；Pinquart & Sörensen, 2007），而珍惜时间胜过金钱的个体通常报告更高的幸福感（Lee-Yoon & Whillans, 2019）。因此，由于亲社会支出较少消耗个体的时间资源，所以人们更愿意以这种方式来进行亲社会活动；另外，亲社会支出既属于亲社会行为，也属于消费行为（Ross, 2011）。消费主义一般更强调对自我的利益，而亲社会支出作为对他人产生利益的独特消费形式，值得我们进行深入研究。并且，研究“亲社会支出”这一变量不仅丰富了亲社会行为领域的文献，为未来研究提供了新视角，还能够帮助人们了解进行亲社会支出对个体带来的积极效果，改变个体对支出即损失的固定印象，从而呼吁人们积极参与亲社会活动，为个体幸福生活以及构建和谐社会做出巨大贡献。近年来, 研究者日益重视亲社会支出对帮助者的意义（Dunn et al., 2014; Nelson et al., 2016）。大量研究发现，亲社会的支出确实能带给消费者更高的个人价值、自尊、意义感、以及更多快乐（Klein, 2017; Martela & Ryan, 2016; Nelson et al., 2016; Wiwad & Aknin, 2017; Zhang et al., 2018）。而且，亲社会支出对幸福感的提高效应还具有神经生理基础。例如, 亲社会支出个体的皮质醇水平更低，而皮质醇与消极情绪的产生密切相关（Dunn et al., 2010）；在完成利他行为后，个体前扣带皮层背侧和双侧脑岛对电击的痛苦反应明显减少，这说明亲社会能够缓解身体疼痛（Wang et al., 2020）。因此，综合各方面来看，亲社会支出可能是个体获得幸福感的一个重要途径。

虽然已有学者综述了亲社会互动中个体幸福感的问题，指出只有满足个体自主性需要的亲社会行为才能有效提升幸福感（杨莹, 寇彧, 2015）。但是关于亲社会支出通过何种途径对幸福感产生作用的这一科学问题至今仍未有研究者进行系统的论述。因此，本文将首先论述亲社会支出对个体幸福感的影响，并介绍其影响效果，然后从不同的理论角度介绍亲社会支出影响幸福感的内在机制，同时进一步探讨其中的影响因素，最后根据当前研究不足提出未来的研究方向。

2 亲社会支出对幸福感的影响

虽然大量研究已经表明亲社会支出与幸福感关系密切，但亲社会支出对幸福感的影响是

否会因为对象的不同而发生变化？其影响效果如何？是否具有普遍性与持久性？这些问题目前似乎并没有明确的答案。下文将尝试从亲社会支出的对象：面向个体的亲社会支出（如为他人购买礼物）与面向社会的亲社会支出（如公益捐赠、绿色消费）及影响效果两方面进行总结，对亲社会支出与幸福感的关系进行深度剖析。

2.1 亲社会支出的对象

2.1.1 个体层面

一般来说，当亲社会的对象是个体时，此时给予者与接受者会产生联系，从而提升给予者的幸福感。比如，在回忆范式下，与回忆给自己花钱相比，个体在回忆给别人花钱的事件后报告的幸福感更高，并且这种效应不受花钱多少的影响（Aknin et al., 2011; Dunn et al., 2008; Nelson et al., 2016）。除回忆范式外，行为研究显示，当产生把钱花在别人身上这种行为时，个体会立即感受到幸福（Aknin et al., 2020; Ko et al., 2021）。而实验研究表明，个体的亲社会支出与幸福之间的联系是因果关系（Aknin et al., 2013）。此外，法国的一项针对富人的研究也发现，慈善事业是富人将财富转化为幸福的一种方式，幸福体验是富人做出慈善行为的一种明确驱动力（Sellen, 2019）。这种效应会受到亲密关系的调节，那些把钱花在亲密伴侣、好朋友及家人身上的人，其幸福感显著高于把钱花在同事或普通朋友身上的人（Aknin et al., 2011; Rinner, 2019）。因此，个体层面的亲社会支出可以有效提升给予者的幸福感。

2.1.2 社会层面

社会层面的亲社会行为，即在更大范围内发生的亲社会行为，如社区服务等，也能有效提升帮助者的幸福感（Nelson et al., 2016; Rudd et al., 2014）。其中，绿色消费作为一种直接指向他人福祉、群体利益或组织利益的行为，也是亲社会支出的一种特殊消费形式。绿色消费是指减少环境压力的消费行为，包括购买能耗较低的汽车，选择公共交通，节约用水以及支持包装回收的产品等（Kazdin, 2009）。这种消费模式涉及到自身成本/利益与他人成本/利益的权衡，绿色产品可能成本更高，但有益于环境（Griskevicius et al., 2010）。比如，购买绿色产品的人会为了共同的利益而牺牲个人利益（Xiao & Li, 2011）。以往研究发现，绿色消费与幸福感之间存在正相关关系（Kasser, 2017; Xiao & Li, 2011）。研究者从中国 14 个城市收集数据进行分析，结果表明绿色消费可以有效提高消费者的生活满意度（Xiao & Li, 2011）。而在美国、加拿大、德国被试中的多项研究也发现，消费者的资源节约型和环境友

好型等绿色消费也可以提升其生活满意度 （Minton et al., 2018; Schmitt et al., 2018）。因此，绿色消费这种亲社会支出形式也能有效促进个体的幸福感。

2.2 影响效果

2.2.1 普遍性

亲社会支出对幸福感的积极影响可能具有跨文化的一致性。如研究者在北美或印度、乌干达等国家，都发现亲社会支出提升幸福感的证据 （Aknin et al., 2011; Aknin et al., 2013）。盖洛普世界民意测验对 136 个国家数据进行统计分析，发现在 120 个国家的亲社会支出都能有效提高其国民的生活满意度（Aknin et al., 2013）。最近来自全球超过一百万人的相关数据分析也表明，以慈善捐赠的形式进行的亲社会支出是全球生活满意度的六大预测指标之一（Helliwell et al., 2019）。另外，实证研究还表明亲社会支出对幸福感的影响具有跨群体的一致性（Aknin, Hamlin, & Dunn, 2012; Hanniball et al., 2019）。由于亲社会影响幸福感的普遍存在，已有学者提出，亲社会甚至可以作为除自主性、关系性以及能力感之外的第四种基本心理需求而存在（Martela & Ryan, 2020）。因此，亲社会支出可以提升给予者的幸福感具有跨文化的社会普遍性。

2.2.2 持久性

虽然研究一致表明，亲社会支出能够提升个体幸福感，但是这种幸福感可能是短暂的。根据享乐适应理论，随着时间的流逝，人类表现出享乐主义的适应能力，从而导致任何一种生活经验所提供的乐趣都会快速消失（Lyubomirsky, 2010）。比如 Falk 和 Graeber（2020）的研究发现，亲社会支出虽然能提高幸福感，但是在一个月后，亲社会支出带来的幸福远远低于获得金钱带来的幸福。也就是说，亲社会支出的短暂效应更大，长期效应却很小。但另一方面，又有证据显示亲社会支出能够很好地抵御享乐适应。与给自己花费带来的幸福感相比，亲社会支出带来的幸福感要更持久（O'Brien & Kassirer, 2019）。这可能是人们出于建立亲社会形象的需要，而不断进行亲社会行为。与许多其他需求不同，这种建立自我形象的社会需求是特别不稳定的。由于亲社会的自我评价和声誉很容易被一些负面行为破坏（Klein & O'Brien, 2016, 2017; Milinski et al., 2002），这使得个体要不断进行亲社会行为来维持其亲社会形象，同时也会因此不断获得幸福感。

总的来说，虽然研究者们对于亲社会支出提升幸福感的持久性观点不一致，但是亲社会支出能有效提升幸福感是毋庸置疑的。即使亲社会支出只有短暂的效应，但是人们在生活中

有很多机会可以频繁接触亲社会支出，这使得亲社会支出的积极效应可以一直延续。如人们会经常把钱花在他人身上，从而可以频繁地从这种行为中体验到快乐（Dunn et al., 2020），这种持续不断的“小确幸”可能会产生“聚沙成塔”的效果从而汇聚成更大的幸福感。

3 亲社会支出影响幸福感的内在机制

3.1 自我决定理论的观点

Ryan 与 Deci（2000）提出的自我决定理论（Self-determination theory）认为，人类需要满足三个基本的心理需求：关系性、能力感和自主性。在人的一生中，必须不断满足这三个基本的心理需求，才能不断感受到完整和幸福。大量研究表明，这些心理需求的满足会带来许多积极效应，如更好的工作绩效（Vansteenkiste et al., 2007）、较高的运动成绩（Adie et al., 2012）、更好的身体健康状况（Ng et al., 2012），以及更高的幸福感（Chen et al., 2014）等。而亲社会支出则是满足这三种基本心理需求的一种有效方式（Kındap-Tepe & Aktaş, 2019; Ryan & Deci, 2015），亲社会支出可以通过满足这些基本需求提升个体的幸福感。

首先，亲社会支出能够通过满足个体的关系需要而提高幸福感。如 Yamaguchi 等人（2016）发现亲社会支出会对个体的社会关系产生积极影响，从而让他们感受到更高水平的幸福感。尤当他们感受到接受者确实得到帮助时其幸福水平会更高（Lok & Dunn, 2020）。那些认为关系需要的满足对自身很重要的个体，在捐赠后产生了更积极的情绪（O'Neill, 2020）。这种关系还会受到亲社会支出的对象的调节，接受者与自己关系越紧密，其积极影响越大（Aknin et al., 2011）。

其次，亲社会支出也是个体对外界产生有意义影响的一种方式，它满足了人类对能力的需求，进而提升了个体幸福感。事实上，当人们认识到自己的亲社会行为如何对他人产生作用，就更容易从帮助他人中获得幸福（Aknin et al., 2013）。此外，个体的能力感还可以和亲社会支出互动产生增益效应，持续地增强幸福感。当个体的能力相对较低或能力需求未得到满足时，这种未被满足的能力需求就成为一种行为动机，通过促使亲社会行为来增强能力感，从而使个体获得更大的幸福感提升。而当个体最初幸福感较高或得到满足时，亲社会支出仍然能够通过增强能力感来维持其幸福感（Hui & Kogan, 2018）。这说明，亲社会支出确实能够通过满足能力感而对个体幸福感产生积极影响。

此外，亲社会支出也能满足个体的自主性需要而增强幸福感。多项研究表明，自主性动机的亲社会行为能够增加需求满意度，从而提升个体的幸福感（Kındap-Tepe & Aktaş, 2019;

Lok & Dunn, 2020）。相比之下，被迫参加亲社会活动则可能会适得其反，产生消极影响（Van Schie et al., 2015）。但最初出于外在动机的行为也可以逐渐被内化并整合到个人的自我意识中，从而转换为出于内在动机的自主行为（Deci & Ryan, 2008）。因此，即使是起初由于外在动机的亲社会支出，后来这种行为也有可能转化为内在动机，从而给个体带来幸福感。综上所述，亲社会支出可以通过对关系性、能力感和自主性这三种基本心理需求的满足而达到提升幸福感的效果。

3.2 社会规范理论的观点

人类对于遵循社会规范，模仿他人行为有强烈愿望（Bernheim, 1994）。在群体中，遵守社会规范是获得他人及社会认可的一种方式，个体以此保持积极的自我概念，产生高水平的主观幸福感（Batson & Powell, 2003; Morris et al., 2015）。与之相反，行为不符合社会规范的个体，其消极情绪较高，幸福感水平相对较低（Stavrova et al., 2012; Stutzer & Lalive, 2004）。在亲社会行为是社会规范的环境中，个体会顺从、同化并且内化这种规范，从而把亲社会作为自己行为和认知的准则（Higgins, 1987），根据自己的行为是否符合社会规范来评价自己，以减少不确定性。社会规范一般分为描述性规范和命令性规范，描述性规范指个体对于社会特定情境中人们真实行为的知觉，而命令性规范则是个体知觉到的他人认同或反对的行为总和（陈维扬, 谢天, 2018）。在两种社会规范下个体都可以进行亲社会支出，并且描述性规范下的个体亲社会支出的金额明显多于命令性规范下的个体（Agerström et al., 2016），这是因为遵守描述性规范让个体可以做出与群体一致的行为，满足了个体对于归属感的需要，减少消极情绪。另外，社会规范影响亲社会支出的普遍性也得到了检验，对 23 个国家进行跨文化研究发现，生活在亲社会是高社会规范的国家，做出亲社会行为的个体其生活满意度更高（Oarga et al., 2015）。这表明，在亲社会行为代表着强烈的社会规范的国家里，亲社会与幸福感的关系更为密切。因此，在亲社会规范下，亲社会支出有助于个体形成亲社会形象获得社会认同，从而产生幸福感。

3.3 进化理论的观点

从进化的角度来看，人的心理机制可以理解为一组自适应的决策规则（Kenrick et al., 2003）。亲社会支出需要付出成本，个体需要一定的奖励才会参与这种活动，而情感奖励就是鼓励人们参与到昂贵的亲社会支出中的一种潜在机制（Dunn et al., 2020）。根据进化过程中利他的自激励效应，利他行为可以使助人者通过调整自身心理层面的资源，为心理过程带

来积极影响。助人者从亲社会中获得即刻的回报，其收益发生在当下而不必等到将来（谢晓非 等, 2017）。因此，人们愿意做出亲社会支出的原因，可能是它付出物质成本却带来了心理幸福。由于亲社会的特殊性，在不同的情况下，进化理论对此进行的解释不尽相同（Penner et al., 2005） 。

一种观点认为亲社会行为的进化就是亲属选择的结果，由于在进化过程中，整体适应水平比个体适应水平更重要，因此经常帮助亲属的人在整体适应性方面更具有进化上的优势。多项研究表明，与无亲缘关系的人相比，人类更倾向于帮助有亲缘关系的人（Barrett et al., 2002）。这种更愿意把钱花在亲属身上的行为符合进行论中的内含适应性理论（Inclusive Fitness Theory），其更有利于群体生存，因此在对亲密的人进行亲社会支出时，可以获得更高的幸福感（Rinner, 2019）。另一种观点认为，亲社会行为在帮助对象为非亲属的进化中，是一种互惠利他模式。人类在彼此互相照顾的社会群体中合作生活。因此人们普遍相信，亲社会支出虽然付出明显的物质代价，但对他人的付出是有回报的；尽管利己有直接的物质利益，但其代价可能很高（Crocker et al., 2017）。根据 Trivers（1971）的观点，如果帮助陌生人而得到回报，那么人类就从这种帮助中获得进化优势，它能够给个体带来积极效应并增加个体亲社会的进化成功率。例如，人们更愿意对那些帮助自己的人做出亲社会行为（Boster et al., 2001），而亲社会行为可以给观察者留下好印象，提高一个人在社区成员中的地位和声誉（Van Vugt et al., 2007; Wedekind & Braithwaite, 2002），这种地位和声誉又带来交配繁殖方面的优势，也能够避免消极情绪（Bodner & Prelec, 2003; Grant & Dutton, 2012; Inagaki & Orehek, 2017）。因此亲社会支出在彼此的互相帮助过程中得到进化，个体即使给陌生人花钱，也能够提升其幸福感。

亲社会倾向通过基因代代相传，其生理或神经过程是促进亲社会行为的基础（Penner et al., 2005）。研究表明，亲社会倾向与前额叶皮层的快速增长有关，前额叶皮层的大小与亲社会行为的能力和接受意愿相匹配（Dunbar & Shultz, 2007）。而前额叶等负责高级认知的新皮层比负责本能的大脑需要更多的能量（Kahneman, 2011）。虽然与本能反应相比，亲社会活动会耗费更多的能量，甚至在艰难时期危及生存；但是，亲社会在关注他人利益的同时也对自身产生好处。比如，亲社会支出确实会带来积极的情绪和更高的生活满意度，这种额外的心理奖励有助于维持个体能源成本，利于社会生存（Kim, 2020），并且这些积极效应还可以进一步促进个体的亲社会行为（Aknin, Dunn, & Norton, 2012）。因此，在人类进化史上，

亲社会支出可能会付出短期的代价，但却存在着长期的利益。

3.4 社会交换理论的观点

社会交换是指两人或两人以上进行有形的或无形的、或多或少有回报或昂贵付出的活动时进行的交换（Homans, 1961）。社会交换理论认为，人类的行为受到能够带来奖励和报酬的交换活动的支配，人类的一切社会活动都可以归结为一种交换，人们在社会交换中所结成的关系也是一种交换关系（Cao et al., 2015）。

人们进行社会交换的类型主要有六种：金钱、地位、爱、信息、货物和服务（Schilke et al., 2015）。社会交换首先受到社会资本的刺激，社会资本不仅能促进社会关系的发展，而且制约着社会关系的发展及其结果，比如说社交过程中的权力和公平分配（Coleman, 1994; Wasko & Faraj, 2005）。亲社会支出的形式反映了给予者控制的有价值资源以及与接受者之间进行的资源分配（Coleman, 1994）。其次，最重要的是，无论哪种资源在交换时都需要遵循互惠原则，也就是说，在社会交往过程中，当帮助者对接受者提供帮助、支持时，对方就有义务和责任进行回报，这使得资源能够在双方实现同等价值的交换，从而使二者的利益得到满足，实现相对公平（Blau, 1964; Cropanzano & Mitchell, 2005）。在亲社会支出过程中，个体也会遵循社会交换理论。当个体的付出与回报处于平衡状态时，个体就会感知到交换的公平性，体验到较高满意度；而当投入的资源和获得的回报失衡时，个体可能会意识到交换的不平等，降低其满意度，由此对个体亲社会产生不利影响（Dainton, 2003）。然而，社会交换理论中的成本效益分析是一个主观过程（Blau, 1964; Homans, 1961），它基于个体自身价值观作出的分析（Hamon & Bull, 2016），也就是说，在进行亲社会支出时，个体是否感到付出与回报等价，每个人的感知不同。但是每个人都渴望幸福，追求幸福，即使接受者并没有给与给予者物质上的回报，但给予者在亲社会支出后能立即获得幸福感（Curry et al., 2018; Martela & Ryan, 2016），幸福感本身就是亲社会支出的一种无形回报。因此，亲社会支出以牺牲物质资源的方式获取幸福感，以有形资源换取无形资源的方式，达到交换的互惠原则。

3.5 小结

以上四个理论从不同的方面解释了亲社会支出为什么能够带来幸福感。其中，自我决定理论是从个体的基本需要角度来解释，亲社会支出可以满足个体的能力需要、关系需要以及自主需要，这说明亲社会支出由于满足了人的基本需要而使个体感到幸福。社会规范理论是从文化层面，表明群体中亲社会规则的重要性，个体可能为了满足外部社会期待而进行亲社

会支出行为，这使他们维护自身形象并获得社会认可，从而收获幸福，其强调个体的亲社会认知。进化理论是从亲属选择及互惠利他的角度，说明亲社会可能是进化的本能，它有利于人类生存，因此个体表现亲社会时可以产生安全感、幸福感。社会交换理论从资源角度解释亲社会支出中金钱资源与其他资源的交换，包含了人与人之间的互动。自我决定理论、进化理论以及社会交换理论都是从个体层面解释个体亲社会的内部动机对幸福感的影响，而社会规范理论则从社会层面上有效说明了亲社会支出的外部动机对幸福感的影响。除此之外，还有不少因素影响了亲社会支出与幸福感的关系，下面将进一步对此进行分析。

4 亲社会支出影响幸福感的边界条件

4.1 外部因素

文化在个体亲社会支出对幸福感的影响中起到很大作用。首先，在不同的文化下，个体对主观幸福感的理解不同。近年来，心理学家区分了主观幸福感在东西方文化中的不同。在西方文化中，个体偏向独立自我，视自己为自主的实体，维护自己的权利，因此西方文化中，个体的最终目标是个人幸福 （Uchida et al., 2004）。而在东方文化中，主观幸福感强调联系性、和谐、以及集体的幸福感（Hitokoto & Uchida, 2015; Uchida et al., 2004）。也就是说，人的终极目标不只是个人的幸福，还包含通过良好而有效的人际关系使整个群体的幸福。而亲社会支出就是一种与他人密切联系的社会参与方式，因此在东方文化中的个体做出亲社会行为时，其感受到的幸福感更强。比如，研究发现与美国被试相比，在日本文化中的个体表现亲社会时，带来的幸福感更高（Gherghel et al., 2020）。其次，在不同的文化下，个体对亲社会的理解不同。在西方个体主义文化中，将亲社会行为定义为对自己有益可能会更能够增加个体幸福感，而在东方集体主义文化中，将亲社会行为定义为对他人有益可能更能够增加个体幸福感。比如，在美国进行的研究表明，与控制组相比，阅读亲社会有助于自身内容的被试，他们的生活满意度、积极情绪都高于控制组，其消极情绪低于控制组（Shin et al., 2019）。

另外，亲社会支出对幸福感的积极作用，还与行为实施过程中的其他因素如规模、目标等有关。与规模较大的慈善团体相比，个体对规模更小的慈善团体捐款时，感受到的幸福感更大（Aknin et al., 2013），这可能是因为捐给小的慈善团体，个体更容易对金钱进行追踪，了解自己的亲社会支出所产生的实际影响。而与模糊的目标相比，当亲社会的目标是明确具体时，个体更容易感受到亲社会支出的积极效应。比如，Rudd 和 Norton（2014）的研究发现，与亲社会目标是“使某人快乐”的被试组相比，目标是“让某人微笑”组的被试的幸福

感更高。由于具体化目标有利于获得好的行为结果，所以其带来的幸福感会更强。

4.2 内部因素

个体的亲社会支出是否能带来更大的幸福感，还与个体的动机密切相关。当亲社会支出是由内部动机驱动时，亲社会行为更有可能促进主观幸福感。人类的社会生活是相互依赖的，人类的繁荣主要依赖于创造、维持和加强社会联系。利己动机会破坏与他人的相互支持关系，而利他动机则会建立与他人的相互支持关系（Crocker et al., 2017）。比如，Wang 和 Tong（2015）发现，与公开捐赠相比，人们在私下捐赠后更快乐，这是因为公开捐赠更有可能是出于个体关注自我形象的外部动机。如果帮助他人是出于内在动机，而不是出于对互惠的期望，那么其感受到的幸福感更高（Oarga et al., 2015）。另外，研究者发现，与回忆关注自己的亲社会行为相比，回忆以他人为中心的亲社会行为的被试，随后的幸福感更高（Wiwad & Aknin, 2017）。这表明，动机确实能够引起个体亲社会中的幸福感差异。相反地，从事以自我为中心的亲社会行为虽然能在帮助他人的同时为自己获取利益，但是这种行为往往与不良的心理健康、身体健康和人际关系有关（Crocker et al., 2017; Nelson et al., 2016），并容易伴随较低的生活满意度和较高的嫉妒（Krekels & Pandelaere, 2015）。此外，研究表明，从亲社会行为中获益反映出个体较低的道德品质。与出于自我为中心的原因而从事中性行为（如在异性对象工作的咖啡馆做志愿者，以获得其喜爱）的人相比，那些出于自我为中心的原因而从事慈善行为的人（例如，在异性对象工作的收容所当志愿者，以获得其喜爱）被认为道德水平更低（Newman & Cain, 2014）。因此，当个体的行为是出于利他而不是利己时，其亲社会支出的积极效应会更强。

此外，个体自身对幸福的理解程度也会影响亲社会支出的积极效应。有些人认为幸福是建立在帮助他人、为他人做贡献的基础上；而有些人认为幸福是建立在个人自我发展、成为一个更好的人的基础上的。这种不同的理解使得相同行为会带来不一样的情绪体验。研究表明，认为幸福是建立在自我发展基础上的人，他们有一种避免负面经历的享乐信念，而这种信念与亲社会支出之间是显著负相关关系（Pătra et al., 2019）。也就是说，把自己的幸福定义为避免负面情绪的人倾向于减少亲社会的支出。这可能是因为，回避消极情绪的信念使得个体更关注行为可能带来的负面体验上，认为亲社会行为与欺骗、过度自信以及天真等消极情绪有关，从而无法从亲社会支出中获得幸福。

5 总结与展望

根据以上分析，不管亲社会支出的对象是个体还是社会，这种形式都能够提升实施者的幸福感，进而又可以促进亲社会的传播。学者们采用不同的理论视角对亲社会支出与幸福感的关系进行了解释，包括自我决定理论、社会规范理论、进化理论、社会交换理论等，这加深了人们对此领域的理解。但是，并非所有亲社会支出都会带来同样的效应，它们可能会受到一些外部因素及个体内部因素的影响而发生变化。虽然学者逐渐关注了亲社会支出与幸福感的关系研究，但目前的研究领域大多集中在亲社会是否能影响幸福感方面，该领域仍存在一些问题有待解决，未来研究可以在以下几个方面进行重点拓展：

5.1 进一步检验亲社会支出与幸福感之间的边界条件

从目前的研究现状来看，亲社会支出与主观幸福感之间的作用机制得到较多的实证支持（Hui & Kogan, 2018; Martela & Ryan, 2016; Nelson et al., 2015）。但是对于其边界条件的研究仍然较少并且还未形成系统。因此需要更多的研究探讨亲社会支出何时会对幸福感产生更强的积极效应，以完善相关的理论框架。

如前所述，亲社会支出可以提升个体幸福感，而当这种行为是由内部动机驱动时，更有可能促进其幸福。但是目前关于个体因素的探讨，多集中在亲社会支出的不同动机方面，而忽略了个体性格这一更稳定的内部因素。对于每一个个体而言，都有最优和次优的支出分配方式，让一个人快乐的支出可能不会让另一个人同样感到快乐。比如，与外向型的个体相比，内向型个体把钱花在体验性活动上时，感受到的幸福感较低（Matz et al., 2016）。因此，找到适合自己的支出方式来维持和改善自己喜欢的生活方式，对幸福感非常重要。人们会花更多的精力去实现符合他们核心价值观的目标，并从实现这些目标中获得自我和谐，从而获得更多的幸福感（Sheldon, 2014; Sheldon & Elliot, 1999）。如此一来，个体的个性特征作为一种更稳定的内部因素，也有可能深入影响亲社会支出与幸福感之间的关系。如拥有积极心态的人，更愿意在他们的日常生活中做出亲社会行为，总体上也更快乐（Layous et al., 2017）；拥有亲环境的自我形象的个体，在绿色消费时会表现出更大的幸福感（Binder & Blankenberg, 2017）。

另外，亲社会支出对幸福感的积极作用与亲社会支出的对象、目标等外部因素有关。但是个体亲社会支出的具体方式也可能影响这种积极效应。研究证实，社会联系与长寿、身体健康、认知表现和心理健康密切相关（Peterson, 2006），而随着网络时代的发展，现实中的亲社会支出，既可能是当面进行，也可能是在网络中进行。个体在网络中进行捐赠、为他人

购买礼物等活动时，无需与别人面对面交流，社交联系的感觉可能会减弱，那么此时亲社会支出对幸福感的影响是否依然显著？另外，亲社会支出必然存在是体验性支出还是实物性支出的问题。体验性消费往往比实物性消费能获得更大的幸福感（Carter & Gilovich, 2010;李斌等, 2018）。所以说，亲社会支出是否有可能是因为其给个体带来生活体验而感到幸福，而不是由于帮助别人感到快乐？还是两方面的原因都存在？目前的研究中还未对这一问题做清晰的界定，因此未来可以继续进行更深入的研究。

综合来看，人与活动的匹配性是决定亲社会行为幸福感提升效果的关键因素。而当前的研究重点仍然是亲社会支出对幸福感的直接效应，忽略了个体的性格特征与具体活动的匹配性所起到的重要作用。虽然已有研究对此进行初步探讨（Lai et al., 2020; Fritz et al., 2017），但是关于这方面的研究目前比较少。人的性格及亲社会支出方式多种多样，因此，未来可以综合考虑不同性格与亲社会支出的匹配度，并探讨不同性格的人最适合的亲社会支出方式，为个体如何通过不同形式的社会支出找到幸福提供个性化建议。

5.2 探究亲社会支出的长期积极效应

亲社会支出对幸福感具有积极效应，而这种积极效应会存在享乐适应的问题。因此如何保持这种幸福，仍然是我们重点关注的问题。虽然已有研究证实，亲社会支出可能存在长期效应，但是关于这方面的研究多采用在较短的一段时间内进行纵向研究的方法（Nelson et al., 2015; Nelson et al., 2016），还不能对亲社会支出的长期效应提供有力佐证。

目前在理论上主要从两个方面解释亲社会的长期效应，其一，认为亲社会支出过程存在一种“自激励效应”（谢晓非 等, 2017），即助人者能够因为实施行为而获得自身的某种生物性的反馈，从而以身心互动的形式，不断提升个体的积极感受。也就是说，亲社会支出诱发个体的幸福感，那么这种情感就有更高的倾向继续驱动亲社会支出行为，从而获得长期稳定的幸福。但是，这种效应是否在不同情境下都适用？根据社会规范理论，亲社会支出符合社会规范，因此个体可以从中体会到幸福。但是，在帮助他人是一种普遍行为的国家，人们从帮助他人中获得的个人情感利益可能是有限的。人人都助人，助人习以为常，那么个体的亲社会行为并不突出了，个体还会进行自激励获得幸福吗？后续还会保持亲社会吗？这是未来值得探索的一个方向。其二，亲社会支出过程存在外部奖赏，根据互惠利他模式，亲社会行为可以给观察者留下好印象，提高一个人在社区成员中的地位和声誉（van Vugt et al., 2007; Wedekind & Braithwaite, 2002），这种地位和声誉又带来其他方面的优势，提升个体幸福，而

实际中的研究却表明，对互惠利他的期望会破坏亲社会支出带来的幸福（Oarga et al., 2015），这是否矛盾？未来还需要更多研究对此进行深入探讨。

因此，未来的研究中，可以尝试将不同层面的解释结合应用进行实证研究。如探讨亲社会支出是否能够抵御享乐适应，以及如何抵御，抵御的机制又是什么等问题，以获得更令人信服的结果。另外，当前关于亲社会支出积极效应的研究目前主要集中在对积极情绪、消极情绪及生活满意度等的影响，但是它也可能会对特定的情绪产生不同的影响（如道德感、自尊、骄傲等）。对这些特定的积极情绪的影响，是否依然能够长期存在也是未来值得探讨的方向。最后，可以探究提升亲社会支出积极效应的干预措施，并尝试将这种措施应用到亲社会支出的其他积极效应当中。

5.3 提高亲社会支出研究的生态效度

综合目前关于亲社会支出的研究来看，其研究方法上还存在一定局限。首先，大多研究利用回忆范式来进行，即让被试回忆一段之前的亲社会支出经历或者其他经历，然后测量其幸福感。虽然这种研究范式已经被广泛接受（Aknin et al., 2011; Yamaguchi et al., 2016）。但是利用回忆范式来测量体验效用可能会导致个体不真实的报告。记忆效用是体验效用最重要的一个组成部分（Dunn & Weidman, 2015），当个体回忆其亲社会经历并对幸福感进行评价时，可能选择性地回忆起峰值或者终点时刻的事件，导致被试对幸福感的报告出现偏差（李爱梅 等，2013; 刘腾飞 等, 2010）。比如学者研究发现，个体在分配资源时达不到他们的个人公平标准时，他们会错误地记得自己的自私的程度，潜在地避开对他们道德自我形象的威胁，从而避免产生消极情绪（Carlson et al., 2020）。虽然也有研究尝试模拟真实场景进行研究（Ko et al., 2021; Nelson et al., 2016），但是其研究样本量较小，严谨性受到质疑；并且此种方法直接命令被试去做出亲社会支出行为，虽然被试可以自由选择何时、何地以及如何表现，但他们做出这种行为的自主性动机可能较小，因此也不能准确地反映人们日常生活中真实参与亲社会支出的情境。因此，未来研究可以在真实的亲社会支出场景中纳入实时情绪测量，比如在网络捐赠完成后立即弹出幸福感的测量，以评估与亲社会支出同时经历的情绪状态，从而有效提高其生态效度。

参考文献

陈维扬, 谢天.(2018). 社会规范的动态过程. *心理科学进展, 26*(7), 1284–1293.

李斌, 卫海英, 李爱梅, 李方君, 陈晓曦. (2018). 体验性消费与实物性消费的双加工理论模型: 现象, 机制及影响因素. *心理科学进展, 26*(5), 761-769.

李爱梅, 鹿凡凡. (2013). 幸福的体验效用与非理性决策行为的偏差机制. *心理科学进展 , 21*(6), 1059-1070.

刘腾飞, 徐富明, 孙彦, 张军伟, 蒋多. (2010). 基于体验效用的幸福及其测量. *心理科学进展*, *18*(07), 1087–1095.

谢晓非, 王逸璐, 顾思义, 李蔚. (2017). 利他仅仅利他吗?——进化视角的双路径模型. *心理科学进展*, *25*(09), 1441–1455

杨莹, 寇彧. (2015). 亲社会互动中的幸福感: 自主性的作用. *心理科学进展, 23*(7), 1226–1235.

Adie, J. W., Duda, J. L., & Ntoumanis, N. (2012). Perceived coach-autonomy support, basic need satisfaction and the well-and ill-being of elite youth soccer players: A longitudinal investigation. *Psychology of Sport and Exercise, 13*(1), 51–59.

Agerström, J., Carlsson, R., Nicklasson, L., & Guntell, L. (2016). Using descriptive social norms to increase charitable giving: The power of local norms. *Journal of Economic Psychology, 52,* 147–153.

Aknin, L. B., Barrington-Leigh, C. P., Dunn, E. W., Helliwell, J. F., Burns, J., Biswas-Diener, R., ... & Norton, M. I. (2013). Prosocial spending and well-being: Cross-cultural evidence for a psychological universal. *Journal of Personality and Social Psychology, 104*(4), 635.

Aknin, L. B., Dunn, E. W., & Norton, M. I. (2012). Happiness runs in a circular motion: Evidence for a positive feedback loop between prosocial spending and happiness. *Journal of Happiness Studies, 13*(2), 347–355.

Aknin, L. B., Dunn, E. W., Proulx, J., Lok, I., & Norton, M. I. (2020). Does spending money on others promote happiness?: A registered replication report. *Journal of Personality and Social Psychology*.

Aknin, L. B., Hamlin, J. K., & Dunn, E. W. (2012). Giving leads to happiness in young children. *PLoS one, 7*(6), e39211.

Aknin, L. B., Sandstrom, G. M., Dunn, E. W., & Norton, M. I. (2011). It's the recipient that counts: Spending money on strong social ties leads to greater happiness than spending on weak social ties. *PLoS one, 6*(2), e17018.

Barrett, L., Dunbar, R., & Lycett, J. (2002). *Human evolutionary psychology*. New Jersey: Princeton University

Press.

Batson, C. D., & Powell, A. A. (2003). Altruism and prosocial behavior. *Handbook of psychology,* 463–484.

Bernheim, B. D. (1994). A theory of conformity. *Journal of Political Economy, 102*(5), 841–877.

Binder, M., & Blankenberg, A. K. (2017). Green lifestyles and subjective well-being: More about self-image than actual behavior?. *Journal of Economic Behavior and Organization, 137,* 304–323.

Blau, P. M. (1964). Justice in social exchange. *Sociological Inquiry, 34*(2), 193–206.

Bodner, R., & Prelec, D. (2003). The diagnostic value of actions in a self-signaling model. *The Psychology of Economic Decisions, 1,* 105–123.

Boster, F., Fediuk, T., & Ryan Kotowski, M. (2001). The effectiveness of an altruistic appeal in the presence and absence of favors. *Communication Monographs, 68*(4), 340–346.

Cao, Y., Yu, H., Wu, Y., & Zhou, X. (2015). Can money heal all wounds? Social exchange norm modulates the preference for monetary versus social compensation. *Frontiers in Psychology, 6*, 1411.

Carlson, R. W., Maréchal, M. A., Oud, B., Fehr, E., & Crockett, M. J. (2020). Motivated misremembering of selfish decisions. *Nature Communications, 11*(1), 1–11.

Carter, T. J., & Gilovich, T. (2010). The relative relativity of material and experiential purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*, *98*(1), 146.

Chen, Y., Yao, M., & Yan, W. (2014). Materialism and well-being among Chinese college students: The mediating role of basic psychological need satisfaction. *Journal of Health Psychology, 19*(10), 1232–1240.

Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Cambridge: Belknap Press of Harvard.

Crocker, J., Canevello, A., & Brown, A., A. (2017). Social motivation: Costs and benefits of selfishness and otherishness. *Annual Review of Psychology, 68,* 299–325.

Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management, 31*(6), 874–900.

Curry, O. S., Rowland, L. A., Van Lissa, C. J., Zlotowitz, S., McAlaney, J., & Whitehouse, H. (2018). Happy to help? A systematic review and meta–analysis of the effects of performing acts of kindness on the well-being of the actor. *Journal of Experimental Social Psychology, 76*, 320–329.

Dainton, M. (2003). Equity and uncertainty in relational maintenance. *Western Journal of Communication (includes Communication Reports), 67*(2), 164–186.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian psychology/Psychologie canadienne, 49*(3), 182.

Diener, E., & Seligman, M. E. (2004). Beyond money: Toward an economy of well-being. *Psychological Science in the Public Interest, 5*(1), 1–31.

Dunbar, R. I., & Shultz, S. (2007). Evolution in the social brain. *Science, 317*(5843), 1344–1347.

Dunn, E.W., Aknin, L. B., & Norton, M. I. (2008). Spending money on others promotes happiness. *Science, 319*(5870), 1687–1688.

Dunn, E. W., Aknin, L. B., & Norton, M. I. (2014). Prosocial spending and happiness: Using money to benefit others pays off. *Current Directions in Psychological Science, 23*(1), 41–47.

Dunn, E. W., Ashton-James, C. E., Hanson, M. D., & Aknin, L. B. (2010). On the costs of self-interested economic behavior: How does stinginess get under the skin?. *Journal of Health Psychology, 15*(4), 627–633.

Dunn, E. W., & Weidman, A. C. (2015). Building a science of spending: Lessons from the past and directions for the future. *Journal of Consumer Psychology, 25*(1), 172–178.

Dunn, E. W., Whillans, A. V., Norton, M. I., & Aknin, L. B. (2020). Prosocial spending and buying time: Money as a tool for increasing subjective well-being. *Advances in Experimental Social Psychology, 61,* 67–126.

Falk, A., & Graeber, T. (2020). Delayed negative effects of prosocial spending on happiness. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 117*(12), 6463–6468.

Fritz, M. M., Walsh, L. C., & Lyubomirsky, S. (2017). Staying happier. In M. D., Robinson, & M., Eid (Eds.), *The happy mind: Cognitive contributions to well-being* (pp. 95–116). New York, NY: Springer.

Gherghel, C., Nastas, D., Hashimoto, T., Takai, J., & Cargile, A. C. (2020). Culture, morality, and the effect of prosocial behavior motivation on positive affect. *Ethics and Behavior, 30*(2), 126–149.

Grant, A., & Dutton, J. (2012). Beneficiary or benefactor: Are people more prosocial when they reflect on receiving or giving?. *Psychological Science, 23*(9), 1033–1039.

Griskevicius, V., Tybur, J. M., & Van den Bergh, B. (2010). Going green to be seen: status, reputation, and conspicuous conservation. *Journal of Personality and Social Psychology, 98*(3), 392.

Hamon, R., & Bull, K. S. (2016). “What do you have to offer me?”: A relationship building activity for demonstrating social exchange theory. *Family Science Review, 21* (1), 26-40

Hanniball, K. B., Aknin, L. B., Douglas, K. S., & Viljoen, J. L. (2019). Does helping promote well-being in at-risk youth and ex-offender samples? *Journal of Experimental Social Psychology, 82,* 307–317.

Helliwell, J. F., Huang, H., & Wang, S. (2019). Changing world happiness. *World Happiness Report 2019*, 11–46.

Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review, 94*(3), 319.

Hitokoto, H., & Uchida, Y. (2015). Interdependent happiness: Theoretical importance and measurement validity. *Journal of Happiness Studies, 16*(1), 211–239.

Homans, G. C. (1961). *Social behavior: Its elementary forms*. New York: Harcourt, Brace, & World.

Hui, B. P. H., & Kogan, A. (2018). Daily ups and downs: An event-sampling study of the mediated moderation of prosocial engagement on well-being. *Social Psychological and Personality Science, 9*(6), 675–688.

Inagaki, T. K., & Orehek, E. (2017). On the benefits of giving social support: When, why, and how support providers gain by caring for others. *Current Directions in Psychological Science, 26*(2), 109–113.

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. New York: Farrar, Straus, and Giroux.

Kasser, T. (2017). Living both well and sustainably: A review of the literature, with some reflections on future research, interventions and policy. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences, 375*(2095), 20160369.

Kazdin, A. E. (2009). Psychological science's contributions to a sustainable environment: Extending our reach to a grand challenge of society. *American Psychologist, 64*(5), 339.

Kenrick, D. T., Li, N. P., & Butner, J. (2003). Dynamical evolutionary psychology: Individual decision rules and emergent social norms. *Psychological Review, 110*(1), 3.

Kiecolt-Glaser, J. K., Preacher, K. J., MacCallum, R. C., Atkinson, C., Malarkey, W. B., & Glaser, R. (2003). Chronic stress and age-related increases in the proinflammatory cytokine IL–6. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 100*(15), 9090–9095.

Kim, R. Y. (2020). What makes people happy? An empirical investigation of panel data. *Applied Economics Letters, 4851,* 1–4.

Kındap-Tepe, Y., & Aktaş, V. (2019). The mediating role of needs satisfaction for prosocial behavior and autonomy support. *Current Psychology*, 1–13.

Klein, N. (2017). Prosocial behavior increases perceptions of meaning in life. *Journal of Positive Psychology*, *12*(4), 354–361.

Klein, N., & O'Brien, E. (2016). The tipping point of moral change: When do good and bad acts make good and bad actors?. *Social Cognition, 34*(2), 149–166.

Klein, N., & O'Brien, E. (2017). The power and limits of personal change: When a bad past does (and does not) inspire in the present. *Journal of Personality and Social Psychology, 113*(2), 210.

Ko, K., Margolis, S., Revord, J., & Lyubomirsky, S. (2021). Comparing the effects of performing and recalling acts of kindness. *The Journal of Positive Psychology, 16*(1), 73-81.

Krekels, G., & Pandelaere, M. (2015, February). How to be both more and less happy: think like a greedy person! *Society for Consumer Psychology Annual Winter Conference, Proceedings.* Presented at the Society for Consumer Psychology Annual Winter Conference. Phoenix, Arizona.

Kuykendall, L., Tay, L., & Ng, V. (2015). Leisure engagement and subjective well-being: A meta-analysis. *Psychological Bulletin, 141*(2), 364.

Lai, W., Yang, Z., Mao, Y., Zhang, Q., Chen, H., & Ma, J. (2020). When do good deeds lead to good feelings? Eudaimonic orientation moderates the happiness benefits of prosocial behavior. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*(11), 4053.

Layous, K., Nelson, S. K., Kurtz, J. L., & Lyubomirsky, S. (2017). What triggers prosocial effort? A positive feedback loop between positive activities, kindness, and well-being. *The Journal of Positive Psychology*, *12*(4), 385–398.

Lee-Yoon, A., & Whillans, A. V. (2019). Making seconds count: When valuing time promotes subjective well-being. *Current Opinion in Psychology, 26,* 54–57.

Lok, I., & Dunn, E. W. (2020). Under what conditions does prosocial spending promote happiness?. *Collabra: Psychology, 6*(1).

Lyubomirsky, S. (2010). Hedonic adaptation to positive and negative experiences. In S. Folkman (Ed.), *The Oxford Handbook of Stress, Health, and Coping* (pp. 200–226). New York: Oxford University Press.

Martela, F., & Ryan, R. M. (2016). The benefits of benevolence: Basic psychological needs, beneficence, and the enhancement of well-being. *Journal of Personality, 84*(6), 750–764.

Martela, F., & Ryan, R. M. (2020). Distinguishing between basic psychological needs and basic wellness enhancers: The case of beneficence as a candidate psychological need. *Motivation and Emotion, 44*(1), 116–133.

Matz, S. C., Gladstone, J. J., & Stillwell, D. (2016). Money buys happiness when spending fits our personality. *Psychological Science, 27*(5), 715–725.

Milinski, M., Semmann, D., & Krambeck, H. J. (2002). Reputation helps solve the “tragedy of the commons”. *Nature, 415*(6870), 424–426.

Minton, E. A., Jeffrey Xie, H., Gurel-Atay, E., & Kahle, L. R. (2018). Greening up because of god: The relations among religion, sustainable consumption & subjective well-being. *International Journal of Consumer Studies, 42*(6), 655–663.

Morris, M. W., Chiu, C. Y., & Liu, Z. (2015). Polycultural psychology. *Annual Review of Psychology, 66,* 631–659.

Nelson, S. K., Della Porta, M. D., Jacobs Bao, K., Lee, H. J. C., Choi, I., & Lyubomirsky, S. (2015). ‘It’s up to you’: Experimentally manipulated autonomy support for prosocial behavior improves well-being in two cultures over six weeks. *Journal of Positive Psychology, 10*(5), 463–476.

Nelson, S. K., Layous, K., Cole, S. W., & Lyubomirsky, S. (2016). Do unto others or treat yourself? The effects of prosocial and self-focused behavior on psychological flourishing. *Emotion, 16*(6), 850–861.

Newman, G. E., & Cain, D. M. (2014). Tainted altruism: When doing some good is evaluated as worse than doing no good at all. *Psychological Science, 25*(3), 648–655.

Ng, J. Y., Ntoumanis, N., Thøgersen-Ntoumani, C., Deci, E. L., Ryan, R. M., Duda, J. L., & Williams, G. C. (2012). Self-determination theory applied to health contexts: A meta-analysis. *Perspectives on Psychological Science, 7* (4), 325–340.

Oarga, C., Stavrova, O., & Fetchenhauer, D. (2015). When and why is helping others good for well-being? The role of belief in reciprocity and conformity to society's expectations. *European Journal of Social Psychology, 45*(2), 242–254.

O'Brien, E., & Kassirer, S. (2019). People are slow to adapt to the warm glow of giving. *Psychological Science, 30*(2), 193–204.

O'Neill, D. (2020). *Effects of motivation for prosocial spending on subsequent positive affect* (Unpublished doctorial dissertation). University of Toronto.

Pătra, L., Martínez-Tur, V., Gracia, E., & Moliner, C. (2019). Why do people spend money to help vulnerable people? *PLoS ONE, 14*(3), 1–18.

Penner, L. A., Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., & Schroeder, D. A. (2005). Prosocial behavior: Multilevel perspectives*.* *Annual Review of Psychology., 56,* 365–392.

Peterson, C. (2006). *A primer in positive psychology*. New York: Oxford University Press.

Pinquart, M., & Sörensen, S. (2007). Correlates of physical health of informal caregivers: a meta-analysis. *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences, 62*(2), 126–137.

Rinner, M. T. B. (2019). *Giving=Receiving? The outcome of prosocial behavior within and between clinical and non-clinical individuals, and couples* (Unpublished doctorial dissertation). University of Basel.

Ross, S. (2011). Egoism and the everyday consumer: developing a new theory on prosocial behaviours in consumption contexts. Am Mark Assoc Summer, 165-172.

Rudd, M., Aaker, J., & Norton, M. I. (2014). Getting the most out of giving: Concretely framing a prosocial goal maximizes happiness. *Journal of Experimental Social Psychology, 54,* 11–24.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist, 55,* 68–78.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2015). Self-determination theory. Retrieved June 6, 2020, from http://www.selfdeterminationtheory.org/

Schmitt, M. T., Aknin, L. B., Axsen, J., & Shwom, R. L. (2018). Unpacking the relationships between pro-environmental behavior, life satisfaction, and perceived ecological threat. *Ecological Economics, 143,* 130–140.

Schilke, O., Reimann, M., & Cook, K. S. (2015). Power decreases trust in social exchange. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 112*(42), 12950–12955.

Sellen, C. (2019). Is philanthropy a way for the wealthy to convert wealth into happiness? Preliminary exploration in France. In G. Brulé & C. Suter (Eds.), *Wealth (s) and Subjective Well-Being* (pp. 247–278). New York, NY: Springer.

Sheldon, K. M. (2014). Becoming oneself: The central role of self-concordant goal selection. *Personality and Social Psychology Review, 18*(4), 349–365.

Sheldon, K. M., & Elliot, A. J. (1999). Goal striving, need satisfaction, and longitudinal well-being: the self-concordance model. *Journal of Personality and Social Psychology, 76*(3), 482.

Shin, L. J., Layous, K., Choi, I., Na, S., & Lyubomirsky, S. (2019). Good for self or good for others? The

well-being benefits of kindness in two cultures depend on how the kindness is framed. *The Journal of Positive Psychology*, 1–11.

Stavrova, O., Fetchenhauer, D., & Schlösser, T. (2012). Cohabitation, gender, and happiness: A cross-cultural study in thirty countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 43*(7), 1063-1081.

Stutzer, A., & Lalive, R. (2004). The role of social work norms in job searching and subjective well-being. *Journal of the European Economic Association, 2*(4), 696–719.

Trivers, R. L. (1971). The evolution of reciprocal altruism. *The Quarterly review of biology, 46*(1), 35–57.

Uchida, Y., Norasakkunkit, V., & Kitayama, S. (2004). Cultural constructions of happiness: Theory and emprical evidence. *Journal of Happiness Studies, 5*(3), 223–239.

Van Der Slik, J. (2007). Who really cares: The surprising truth about compassionate conservatism (Book Review). *Pro Rege, 35*(4), 41–43.

Van Schie, S., Güntert, S. T., Oostlander, J., & Wehner, T. (2015). How the organizational context impacts volunteers: A differentiated perspective on self-determined motivation. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, 26*(4), 1570–1590.

Vansteenkiste, M., Neyrinck, B., Niemiec, C. P., Soenens, B., De Witte, H., & Van den Broeck, A. (2007). On the relations among work value orientations, psychological need satisfaction and job outcomes: A self-determination theory approach. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 80*(2), 251–277.

Van Vugt, M., Roberts, G., & Hardy, C. (2007). Competitive altruism: Development of reputation–based cooperation in groups. *Handbook of evolutionary psychology,* 531–540.

Wang, X., & Tong, L. (2015). Hide the light or let it shine? Examining the factors influencing the effect of publicizing donations on donors' happiness. *International Journal of Research in Marketing*, *32*(4), 418–424.

Wang, Y., Ge, J., Zhang, H., Wang, H., & Xie, X. (2020). Altruistic behaviors relieve physical pain. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, *117*(2), 950–958.

Wasko, M.M., Faraj, S. (2005). Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice. *MIS Q. 29* (1), 35–57.

Wedekind, C., & Braithwaite, V. A. (2002). The long-term benefits of human generosity in indirect reciprocity. *Current Biology, 12*(12), 1012–1015.

Wiwad, D., & Aknin, L. B. (2017). Motives matter: The emotional consequences of recalled self- and other-focused prosocial acts. *Motivation and Emotion, 41*(6), 730–740.

Xiao, J. J., & Li, H. (2011). Sustainable consumption and life satisfaction. *Social Indicators Research*, *104*(2), 323–329.

Yamaguchi, M., Masuchi, A., Nakanishi, D., Suga, S., Konishi, N., Yu, Y. Y., & Ohtsubo, Y. (2016). Experiential purchases and prosocial spending promote happiness by enhancing social relationships. *The Journal of Positive Psychology, 11*(5), 480–488.

Zhang, W., Chen, M., Xie, Y., & Zhao, Z. (2018). Prosocial spending and subjective well-being: The recipient perspective. *Journal of Happiness Studies, 19*(8), 2267–2281.

The effects of prosocial spending on subjective well-being and its mechanism

CUI Xinyue[1], LI Bin[1,2], HE Ruwan[1], ZHANG Shuying[1], LEI Li[1]

([1]*Management School, Jinan University, Guangzhou* 510632, *China*)

([2]*The Institute of Enterprise Development, Jinan University; Guangzhou* 510632, *China*)

Abstract: Prosocial spending refers to spending money on others in the form of gifts or charitable donations. Prosocial spending not only benefits the recipient but also exerts a positive effect on the giver's subjective well-being. This effect depends on the type of recipient (individual vs. organization or society at large), and the universality and the persistence of the effect have been extensively investigated. Both internal and external factors have been shown to contribute to the boundary conditions facilitating the effect. Several theories, such as self-determination theory, social norm theory, evolution theory and social exchange theory, could be used to elucidate the mechanism underlying the effect of prosocial spending on subjective well-being. Future studies should focus on examining the boundary conditions of the effect, exploring the long-term positive effects of prosocial spending, and improving the ecological validity of research on prosocial spending.

Key words: prosocial spending, subjective well-being, self-determination theory, social norm theory, evolutionary theory